

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»  
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и  
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПОЛИТИКЕ**

Составитель	<b>Белолипская Г.С., к. филол. н., доцент, заведующий кафедры журналистики и медиакommunikаций</b>
Согласовано с работодателями:	<b>Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области</b> <b>Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс»</b>
Направление подготовки	<b>42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	<b>бакалавр</b>
Форма обучения	<b>очная, заочная</b>
Год приема	<b>2024</b>
Курс	<b>4</b>
Семестр	<b>7</b>

Астрахань, 2024 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Цель освоения дисциплины** – формирование теоретико-методологического базиса и практических навыков для работы специалистов по связям с общественностью в сфере политической коммуникации, государственного PR.

1.2. **Задачи освоения дисциплины:**

- сформировать у студентов знания о сущности, структуре, функциях и основных характеристиках политической коммуникации и государственного PR;
- сформировать у студентов умение анализировать государственные PR-кампании и разрабатывать собственные решения в сфере государственного PR;
- сформировать у студентов навыки работы с литературой по политической коммуникации и государственному PR.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Реклама и связи с общественностью в политике» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и реализуется в 7 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Правовое регулирование профессиональной деятельности. Антикоррупционное поведение».*

Знания: механизмы и средства правового регулирования, важнейшие законодательные нормы; понимать роль права в функционировании демократического правового общества;

Умения: использовать знания в области правоведения в жизненной практике и профессиональной деятельности.

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть общей правовой культурой.  
– *«История России»*

Знания: основные этапы и тенденции исторического развития России и мировой истории, понимать значение исторического знания, опыта и уроков истории, опираться на это знание в формировании своего общего историко-культурного кругозора;

Умения: использовать полученные знания в связи с профессиональной деятельностью;

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть основами исторических знаний.  
– *«Основы российской государственности»*

Знания: базовые характеристики мировой и российской политических систем, функции основных политических институтов и структур гражданского общества; понимать роль политики в процессе функционирования СМИ;

Умения: ориентироваться в важнейших политических процессах, базовых характеристиках политической системы России; применять политологические знания в профессиональной деятельности;

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть основами политологических знаний.

2.1. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных компетенций (УК)
- б) общепрофессиональных компетенций (ОПК)
- в) профессиональных компетенций (ПК)

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК -4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения**

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-1.	<p>ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	<p>– принципы организации работы отдела, основы управления проектами и функциональные обязанности линейного менеджера</p> <p>– принципы тактического планирования, методы декомпозиции стратегических целей на конкретные измеримые мероприятия</p> <p>– цели, инструменты и каналы внутренних коммуникаций, основы формирования корпоративной идентичности и культуры</p>	<p>– выполнять оперативное управление задачами, распределять ресурсы и контролировать исполнение поручений в рамках отдела или проекта</p> <p>– разрабатывать календарный план-график мероприятий, определять сроки, ответственных и необходимые ресурсы для их реализации</p> <p>– участвовать в организации внутренних мероприятий и разработке коммуникационных материалов для донесения ценностей компании до сотрудников</p>	<p>– навыками организации текущей деятельности рабочей группы, проведения планерок и применения базовых инструментов менеджмента</p> <p>– навыком оперативного планирования и управления по целям для достижения тактических результатов в установленные сроки</p> <p>– навыками работы с внутренними каналами коммуникации</p>
ПК-4	<p>ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</p> <p>ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>	<p>– ключевые этапы и стандартные модели жизненного цикла проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>– перечень, назначение и стандартные требования к структуре основных проектных документов</p> <p>– виды и методики прикладных исследований, используемых для обоснования коммуникационных решений</p>	<p>– выстраивать работу над проектом в соответствии с типовым алгоритмом: от анализа ситуации и планирования до реализации и оценки результатов</p> <p>– самостоятельно разрабатывать и корректно оформлять пакет документов, необходимых для сопровождения проекта на разных его стадиях</p> <p>– анализировать и интерпретировать данные исследований для формирования обоснованной стратегии, концепции и содержания коммуникационного продукта</p>	<p>– навыком практического применения этапов стандартного алгоритма для управления проектом и достижения его целей</p> <p>– навыками подготовки профессиональной проектной документации с использованием профильного программного обеспечения</p> <p>– навыком интеграции результатов аналитики и исследований в процесс создания и планирования рекламной или PR-кампании</p>

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

**Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения**

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3	3
Объем дисциплины в академических часах	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	37,25	11,25
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	6
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- консультация (предэкзаменационная)	1	1
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25	0,25
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	70,75	96,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Экзамен - семестр 7	Экзамен - семестр 7

**Таблица 2.**  
**Структура и содержание дисциплины (модуля)**

*для очной формы обучения*

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR.	2		2					6	10	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Источниковая база теории государственного PR.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Структурная схема типов и видов государственного PR.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание

										ние	
Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание	
Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание	
Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание	
Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание	
Тема 9. Имидж органа государственной власти.	2		2					8,7 5	12,7 5	Устный опрос, практическое задание	
Консультация										1	
Контроль промежуточной аттестации										0,25	Экзамен
<b>ИТОГО за семестр:</b>	<b>18</b>		<b>18</b>					<b>70, 75</b>	<b>108</b>		

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR.	2		2					6	10	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Источниковая база теории государственного PR.	2		2					8	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR.			2					10	12	Устный опрос, практическое задание

										ское задание
Тема 4. Структурная схема типов и видов государственного PR.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR.								12	12	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Имидж органа государственной власти.								12,75	12,75	Устный опрос, практическое задание
Консультация										1
Контроль промежуточной аттестации										0,25
<b>ИТОГО за семестр:</b>	<b>4</b>		<b>6</b>					<b>96,75</b>	<b>108</b>	

*Примечание:* Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

**Таблица 3. Матрица соотношения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ПК-1	ПК-4		
Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR.	10	+	+		2
Тема 2. Источниковая база теории государственного PR.	12	+	+		2
Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR.	12	+	+		2
Тема 4. Структурная схема типов и видов государственного PR.	12	+	+		2

Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR.	12	+	+		2
Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR.	12	+	+		2
Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях.	12	+	+		2
Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR.	12	+	+		2
Тема 9. Имидж органа государственной власти.	12,75	+	+		2
Консультация	1	+	+		2
Контроль промежуточной аттестации	0,25	+	+		2
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>+</b>	<b>+</b>		<b>2</b>

### **Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)**

#### **Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR**

Сущность PR как функции государственного управления  
 Государство в качестве субъекта и объекта PR-деятельности  
 Сравнительный анализ государственного, коммерческого и социального PR  
 Теоретические парадигмы исследования государственного PR  
 Методологический инструментарий исследований в сфере государственного PR

#### **Тема 2. Источниковая база теории государственного PR**

Классификация источников информации о государственном PR  
 Нормативно-правовые акты и официальные документы  
 Публичные выступления и заявления представителей государственной власти  
 Аналитические и отчетные материалы государственных структур  
 Архивные фонды и исторические документы  
 Медийные и цифровые коммуникации как источниковая база

#### **Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR**

Стратегические и тактические целевые установки политического PR  
 Базовые задачи: формирование имиджа, управление репутацией, продвижение политических идей  
 Информационно-просветительская функция  
 Коммуникативно-диалоговая функция  
 Функция убеждения и мобилизации общественного мнения  
 Аналитико-прогностическая функция

#### **Тема 4. Структурная схема типов и видов государственного PR**

Субъекты, объекты и аудитории государственного PR.  
 Структурная схема государственного PR.  
 Психологические основания государственного PR  
 Внутренние и внешние коммуникации государственного PR  
 Информационно-разъяснительная деятельность органов власти  
 Церемониальный и событийный PR  
 Кризисные коммуникации в системе государственного управления  
 GR как направление взаимодействия с заинтересованными группами  
 Социально-ориентированные PR-кампании государственных программ

## **Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR**

Критериальная база оценки эффективности государственного PR

Прямые и косвенные эффекты PR-деятельности

Параметры публичной известности и узнаваемости органа власти

Индикаторы уровня доверия и легитимности власти

Уровень общественной поддержки государственных инициатив

Методический аппарат измерения эффективности PR-деятельности

## **Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR**

Специфика правового регулирования политической коммуникации и государственного PR.

Конституционные основы реализации свободы слова и информации

Законодательное регулирование избирательного процесса и предвыборной агитации

Правовые нормы деятельности средств массовой информации и политической рекламы

Регулирование доступа к государственной информации

Нормативно-правовая база деятельности пресс-служб государственных органов

Этические регуляторы в политической коммуникации

## **Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях**

Основные задачи рекламы и PR в современных политических кампаниях.

Функции политической коммуникации в избирательной кампании.

Функция позиционирования политического субъекта

Функция дифференциации в конкурентной политической среде

Мобилизационная функция в политических кампаниях

Агитационно-убеждающая функция

Типология политических кампаний по целевой направленности

Типология по используемым каналам коммуникации

## **Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политическое PR**

Технология формирования содержания сообщений в политической коммуникации.

Способы создания смысла в политическом PR- сообщении.

Базовые человеческие ценности и их использование в политических кампаниях.

Политическая коммуникация и мифология.

Позитивные и негативные формы политической рекламы

Агитационно-пропагандистская деятельность в политическом процессе

Технологии политического брендинга

GR-деятельность и лоббирование в политической сфере

Цифровизация политического PR и социальные медиа

Технологии прямой политической коммуникации

## **Тема 9. Имидж органа государственной власти**

Понятие и структура имиджа органов государственной власти.

Имидж органов исполнительной и законодательной власти.

Имидж министерства / ведомства.

Технологические приемы имиджмейкинга в сфере государственного PR.

Структурные компоненты имиджа органа государственной власти

Корпоративный имидж и имидж первого лица

Факторы формирования имиджа государственной структуры

Инструментарий имиджевого конструирования

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru>

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: - внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану); - ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям; - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; - запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов экзамену.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе само-

стоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

## 5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Методические указания предназначены для рационального распределения времени обучающегося по видам самостоятельной работы и разделам, темам дисциплины (модуля). Они составляются на основе сведений о трудоёмкости дисциплины (модуля), её содержании, видах работы по её изучению и т. д. В раздел включаются рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины (модуля) или её отдельных тематических разделов, по организации их аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы: подготовке к учебным занятиям и работе на учебных занятиях, подготовке к различным формам контроля, работе с источниками информации, выполнению практических заданий и т. д. Приводятся вопросы и задания для самостоятельной работы обучающихся, материалы, необходимые для подготовки к учебным занятиям.

## 5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся**

для очной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<i>Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR</i> Эволюция представлений о роли PR в системе государственного управления Сравнительный анализ зарубежных моделей государственного PR Методологические проблемы измерения эффективности государственных коммуникаций	6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. Источниковая база теории государственного PR</i> Критический анализ официальных документов как источников информации Методики работы с цифровыми архивами и социальными медиа Проблемы верификации источников в условиях гибридной информационной среды	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR</i> Концепция управления общественным мнением в политическом процессе Этические границы мобилизационной функции политического PR Анализ когнитивных аспектов убеждающей коммуникации	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. Структурная схема типов и видов</i>	8	Подготовка к

<p><i>государственного PR</i>  Особенности внутрикорпоративных коммуникаций в государственных структурах  Стратегии интеграции GR-деятельности в общегосударственный PR  Специфика коммуникационного сопровождения национальных проектов</p>		<p>собеседованию</p>
<p><i>Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR</i>  Методология оценки отложенных эффектов PR-деятельности  Корреляционный анализ между PR-активностью и уровнем общественного доверия  Система мониторинга и оценки социальной эффективности госпрограмм</p>	8	<p>Подготовка к собеседованию</p>
<p><i>Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR</i>  Сравнительно-правовой анализ регулирования политической рекламы  Проблемы правового регулирования цифровых политических коммуникаций  Международные стандарты этики в политическом PR</p>	8	<p>Подготовка к собеседованию</p>
<p><i>Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях</i>  Трансформация функций политического PR в условиях цифровизации  Типология избирательных кампаний по параметрам медиатизации  Анализ интеграционных моделей рекламы и PR в избирательных циклах</p>	8	<p>Подготовка к собеседованию</p>
<p><i>Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR</i>  Нейромаркетинговые технологии в политической рекламе  Стратегии работы с пользовательским контентом в социальных медиа  Особенности лоббистской деятельности в различных политических системах</p>	8	<p>Подготовка к собеседованию</p>
<p><i>Тема 9. Имидж органа государственной власти</i>  Психологические основы восприятия имиджа государственных институтов  Стратегии репутационного менеджмента в условиях кризиса легитимности  Кросс-культурные аспекты формирования международного имиджа государственных структур</p>	8,75	<p>Подготовка к собеседованию</p>

для заочной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
<p><i>Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR</i></p> <p>Эволюция представлений о роли PR в системе государственного управления Сравнительный анализ зарубежных моделей государственного PR Методологические проблемы измерения эффективности государственных коммуникаций</p>	6	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 2. Источниковая база теории государственного PR</i></p> <p>Критический анализ официальных документов как источников информации Методики работы с цифровыми архивами и социальными медиа Проблемы верификации источников в условиях гибридной информационной среды</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR</i></p> <p>Концепция управления общественным мнением в политическом процессе Этические границы мобилизационной функции политического PR Анализ когнитивных аспектов убеждающей коммуникации</p>	10	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 4. Структурная схема типов и видов государственного PR</i></p> <p>Особенности внутрикорпоративных коммуникаций в государственных структурах Стратегии интеграции GR-деятельности в общегосударственный PR Специфика коммуникационного сопровождения национальных проектов</p>	12	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR</i></p> <p>Методология оценки отложенных эффектов PR-деятельности Корреляционный анализ между PR-активностью и уровнем общественного доверия Система мониторинга и оценки социальной эффективности госпрограмм</p>	12	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR</i></p> <p>Сравнительно-правовой анализ регулирования политической рекламы Проблемы правового регулирования цифровых политических коммуникаций Международные стандарты этики в политическом PR</p>	12	Подготовка к собеседованию

<p><i>Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях</i></p> <p>Трансформация функций политического PR в условиях цифровизации</p> <p>Типология избирательных кампаний по параметрам медиатизации</p> <p>Анализ интеграционных моделей рекламы и PR в избирательных циклах</p>	12	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR</i></p> <p>Нейромаркетинговые технологии в политической рекламе</p> <p>Стратегии работы с пользовательским контентом в социальных медиа</p> <p>Особенности лоббистской деятельности в различных политических системах</p>	12	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 9. Имидж органа государственной власти</i></p> <p>Психологические основы восприятия имиджа государственных институтов</p> <p>Стратегии репутационного менеджмента в условиях кризиса легитимности</p> <p>Кросс-культурные аспекты формирования международного имиджа государственных структур</p>	12,75	Подготовка к собеседованию

### 5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

#### **Методические рекомендации по выполнению практических заданий**

**Практические (творческие) задания** как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

#### **Методические рекомендации по выполнению контрольных работ**

##### **Контрольные работы**

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

## **6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

## 6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

**Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Источниковая база теории государственного PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Структурная схема типов и видов государственного PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 9. Имидж органа государственной власти.	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

## 6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных

учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);

- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

### **6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

#### **6.3.1. Программное обеспечение**

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

#### **6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы**

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>

2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

## **7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **7.1. Паспорт фонда оценочных средств**

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

**Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств**

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Источниковая база теории государственного PR.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Цели, задачи и функции политического PR.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Структурная схема типов и видов государственного PR.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Эффекты и результаты государственного PR.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание

Тема 6. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 8. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Имидж органа государственной власти.	ПК-1; ПК-4	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

**Таблица 7.**  
**Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

**Таблица 8.**  
**Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, вы-

	полняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

### **7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)**

#### **Примерные темы практических и контрольных заданий**

1. Проведите контент-анализ официальных сообщений органов власти за последний квартал
2. Разработайте медиаплан информационной кампании по продвижению государственной программы
3. Составьте пресс-релиз о реализации социально значимого проекта с последующим распространением
4. Подготовьте сценарий пресс-конференции представителя государственной структуры
5. Проведите SWOT-анализ имиджа выбранного государственного органа
6. Разработайте концепцию антикризисной коммуникации для министерства в ситуации скандала
7. Составьте карту стейкхолдеров для ведомства с определением приоритетных групп
8. Подготовьте аналитическую записку по результатам мониторинга упоминаний в СМИ
9. Разработайте стратегию работы государственного органа в социальных сетях на месяц
10. Проведите сравнительный анализ официальных сайтов трех министерств
11. Составьте план GR-мероприятий по лоббированию законопроекта
12. Разработайте сценарий общественных слушаний по проблеме городского развития
13. Подготовьте речь для выступления официального лица на международном форуме
14. Создайте визуальную концепцию для информационно-разъяснительной кампании
15. Проведите оценку эффективности проведенной PR-акции государственного органа

#### **Вопросы для устных опросов и обсуждения**

1. Определение предметной области государственного PR в системе политических коммуникаций
2. Анализ источниковой базы для исследования государственных PR-практик
3. Соотношение целей и функций политического PR в современном государственном управлении
4. Классификация типов и видов государственного PR по различным критериям
5. Оценка эффективности PR-деятельности государственных структур
6. Правовое регулирование политической коммуникации в сравнительной перспективе
7. Функциональные особенности рекламы в избирательных кампаниях
8. Специфика применения различных типов политической рекламы
9. Факторы формирования эффективного имиджа органа государственной власти
10. Взаимосвязь корпоративного и персонального имиджа в политической коммуникации
11. Этические границы применения PR-технологий в политике
12. Влияние цифровой среды на трансформацию государственного PR

13. Анализ кейсов успешных и неудачных PR-кампаний государственных структур
14. Методологические проблемы измерения эффективности политического PR
15. Перспективы развития государственного PR в условиях цифровизации

### Вопросы к экзамену

1. Сущность и содержание государственного PR как управленческой деятельности
2. Методологические основы исследования PR-процессов в государственном управлении
3. Классификация и характеристика источников базы государственного PR
4. Целеполагание в системе политического PR: стратегические и тактические аспекты
5. Функциональные особенности политического PR в современном обществе
6. Структура и типология государственного PR по направлениям деятельности
7. Критерии и методы оценки эффективности государственного PR
8. Правовое регулирование политической коммуникации в Российской Федерации
9. Специфика функционирования политической рекламы в избирательных кампаниях
10. Классификация видов и инструментов современной политической рекламы
11. Теоретические основы формирования имиджа органа государственной власти
12. Технологии конструирования и поддержания корпоративного имиджа государственной структуры
13. Особенности антикризисных коммуникаций в системе государственного PR
14. Влияние цифровой трансформации на развитие политического PR
15. Этика и профессиональные стандарты в политических коммуникациях

### 7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

**Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)**

#### Экзамен (пример)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				

1.	Устные ответы	10/2	20	По расписанию
2.	Практическое задание	10/2	20	По расписанию
Всего			40	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
<b>Блок бонусов</b>				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	
<b>Дополнительный блок</b>				
8.	Экзамен		50	

**Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)**

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **8.1. Основная литература**

1. Бакшин В.В., Основы журналистики [Электронный ресурс] / Бакшин В.В. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 55 с. – ISBN 978-5-9765-0752-4 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976507524.html>

2. Бекашев К.А., Международное право в схемах [Электронный ресурс]: учебное пособие / К.А. Бекашев, М.Е. Волосов. – 2-е изд. – М.: Проспект, 2015. – 48 с. – ISBN 978-5-392-16351-9 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392163519.html>

3. Шарков Ф.И., Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике: учебное пособие [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И., Захарова В.И. - М.: Проспект, 2016. – 224 с. – ISBN 978-5-392-19922-8 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392199228.html>

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Правовые и этические нормы в журналистике / сост. Е.П. Прохоров. - 3-е изд. ; перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2012. – 255 с. – ISBN 978-5-7567-0648-2: 270-00. – 1 экз.

2. Рихтер, А. Г. Правовые основы журналистики. – М.: Ин-т проблем информ. права, 2004. – 352 с. – (Журналистика и право; вып. 50). – 360-00. – 1 экз.

### **8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)**

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

## **9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

## **10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены

необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).